

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi
Kabupaten Lampung Selatan)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.1)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi
Kabupaten Lampung Selatan)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.1)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Pembimbing I : H. Supaijo, S.H., M.H.
Pembimbing II : Dinda Fali Rifan, M.Ak**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M**

ABSTRAK

Islam sebagai agama yang dinamis dan universal. Ajarannya mencakup semua aspek dalam persoalan kehidupan masyarakat, baik yang menyangkut masalah ibadah maupun masalah mu'amalah. Berbicara tentang mu'amalah berarti membicarakan hubungan antara manusia dengan manusia dalam kehidupan, yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan tempat. Salah satunya yakni kegiatan jual beli merupakan kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari begitu juga dengan perilaku dalam transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam dimana terdapat persaingan ekonomi yang begitu tinggi sehingga menyebabkan persaingan pelaku bisnis yang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Perbuatan curang dalam perdagangan sering kali dilakukan dalam menakar, menimbang dan sebagainya. Rumusan masalah yang diangkat adalah (1) Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Baru Kecamatan Sragi ? (2) Bagaimana Kajian Ekonomi Islam Dalam Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Baru Kecamatan Sragi ?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk Mengetahui Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Baru Kecamatan Sragi. (2) Untuk Mengetahui Bagaimana Kajian Ekonomi Islam Dalam Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Baru Kecamatan Sragi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan empiris. Sample dalam penelitian ini 30 pedagang dan 25 pembeli sehingga keseluruhan sample 55 responde. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis datanya bersifat *Deskriptif Analisis* dimana data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel kemudian diberikan penjelasan dan kesimpulan dari setiap tabel. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli, penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli Pasar Baru, sudah menerapkan etika bisnis dengan baik, namun masih banyak pedagang yang belum menggunakan etika bisnis dalam melakukan transaksi jual beli. Dan jika ditinjau dari kajian ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur yakni empat prinsip ekonomi syariah, hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Baru. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Baru tersebut, dikarenakan masyarakat masih belum memahami etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang baik dan sesuai.



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Widiani Tite Kanaya
NPM	: 1651010203
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 15 Juni 2021



Penyusun

Widiani Tite Kanaya

NPM. 1651010203



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung (0721)7032607

PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

**"Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli
Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi
Kabupaten Lampung Selatan)"**

Nama Mahasiswa:

Widiani Tite Kanaya

NPM:

1651010203

Program Studi:

Ekonomi Syariah

Fakultas:

Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

H. Sunatio, S.H., M.H.

NIP. 196503121994031002

Pembimbing II

Dinda Fall Rifan, S.E., M.Ak.

NIP. 199307302018012001

Ketua Jurusan

Dr. Madrasah, S.E., M.Ak.

NIP. 197504242002121004



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan)”** disusun oleh **WIDIANI TITE KANAYA**, NPM: **1651010203**, Program Studi **Ekonomi Syariah**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosah di **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung** pada **Hari/Tanggal : Senin/27 September 2021**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Madnasir, S.E., M.S.I

Sekretaris : Dania Hellin Amrina, S.E., M.Sc

Penguji I : Fatih Fuadi, M. S.I

Penguji II : H. Supaijo, S.H., M.H

Penguji III : Dinda Fali Rifan, M.Ak

Mengetahui

Dekan Fakultas Syari'ah

Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP.19800801200312100

MOTTO

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

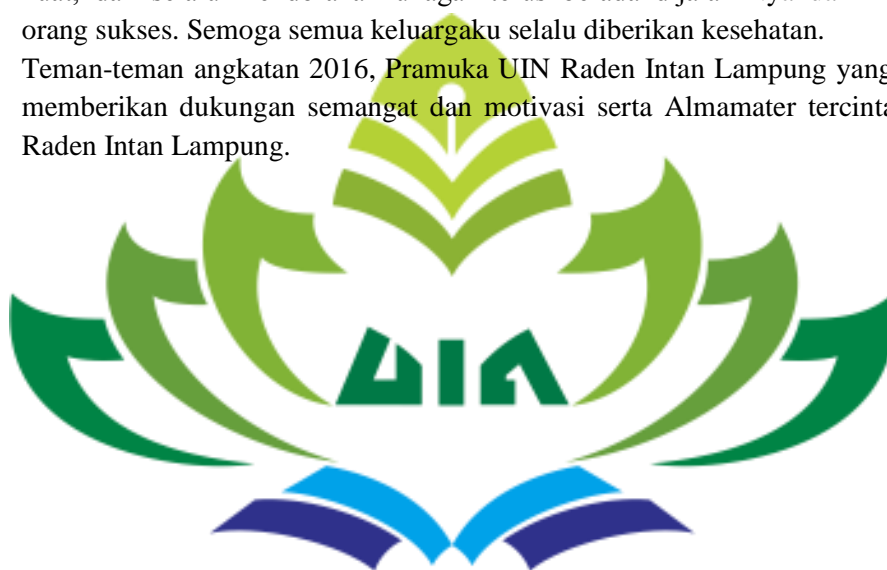
(*Q.S Al-Isra : 35*)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yang telah memberikan penulis kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan dari lubuk hati yang paling dalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Sopan sopian dan Ibu Sutini, yang sangat aku hormati dan aku cintai yang selalu memberikan semangat serta do'a serta kasih sayang yang tak terhingga. Semoga mereka selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Nenekku Rukanah, serta Paman dan Bibiku yang dengan sepenuh hati merawatku dari kecil hingga saat ini dengan kasih sayang, dengan segala nasehat-nasehat yang luar biasa sehingga aku bisa menjadi anak yang mandiri, kuat, dan selalu mendo'akanku agar terus berada di jalan-Nya dan menjadi orang sukses. Semoga semua keluargaku selalu diberikan kesehatan.
3. Teman-teman angkatan 2016, Pramuka UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan dukungan semangat dan motivasi serta Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama Widiani Tite Kanaya oleh kedua orang tuaku tercinta. Penulis merupakan anak tunggal. Penulis dilahirkan pada 29 Oktober 1998 di Denpasar Bali.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut :

1. SDN 2 BAKTIRASA Selesai Pada Tahun 2010
2. MTS GUPPI 03 BELANGA Selesai Pada Tahun 2013
3. MA GUPPI PALAS SRAGI Selesai Pada Tahun 2016
4. Dan pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN) dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “ PENEREPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA PASAR BARU DESA SUKAPURA KECAMATAN SRAGI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN) ” dapat diselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang penuh dengan cahaya Islam.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari adanya dorongan berbagai pihak, untuk itu penulis merasa perlu menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ruslan A. Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, yang selalu memotivasi mahasiswanya untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai Islam.
2. Bapak Dr. Madnasir, S.E., M.S.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syari’ah yang senantiasa memberikan nasehat.
3. Bapak Supaijo S.H.,M.H. selaku pembimbing satu yang telah memberikan pengarahan, masukan dan kesabaran dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Dinda Fali Rifan, M.Ak selaku pembimbing dua yang telah mendidik dan memberi bimbingan dan arahan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu serta membantu, memotivasi yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Aparatur Desa Sukapura dan Kepala Pasar serta seluruh pedagang dan pembeli Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, yang tela senantiasa membantu penulis melakukan penelitian, dan bersedia meluangkan waktunya memberikan izin, informasi, serta data-data yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku Mahyudi Saputra, S.E., Tri Apri Haryati, S.Pd., Nurhayati, S.E., Mesy, S.E., Siti Nurjanah, S.E., Ai Susi Hadiyanti, A,Md.Kep., Septi Anggraini, A,Md.Kep., Tia Kristiana, dan Imas Dewi Puspitasari yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan khususnya Kelas B, Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016, Keluarga besar KKN Pekon Margoyoso, Kecamatan

Sumberejo, Kabupaten Tanggamus. Pramuka UIN Raden Intan Lampung yang selalu bersama selama proses perkuliahan serta memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna melengkapi hasil penelitian ini.

Peneliti berharap penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam pembangunan wilayah yang disertai dengan landasan Islam di abad modern ini.

Bandar Lampung, 27 September 2021
Penulis

WIDIANI TITE KANAYA
NPM: 1651010203



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Fokus dan Subfokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
H. Metode Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis	15
1. Etika Bisnis Secara Umum	15
a. Pengertian Etika Bisnis	15
b. Teori Etika	16
2. Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam.....	18
a. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	18
b. Fungsi Etika Bisnis Islam	20
c. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	21
B. Pasar	22
1. Pengertian Pasar	22
2. Macam-Macam Pasar	23
a. Pasar Tradisional.....	23
b. Pasar Modern	24
C. Transaksi Jual Beli	24
1. Pengertian Jual Beli	24
2. Dasar Hukum Jual Beli	22
3. Rukun Dan Syarat Jual Beli	27
4. Macam-Macam Jual Beli.....	27

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek	29
1. Sejarah Singkat Pasar Baru Kecamatan Lampung Selatan	29
2. Visi Misi Pasar Baru	29
3. Struktur Organisasi Pasar Baru	30
4. Sarana dan Prasarana Pasar Baru	30
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	31
1. Gambaran Responden	31
2. Distribusi Jawaban Responden	32

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

A. Analisis Data Penelitian	38
1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Baru Kecamatan Sragi	38
2. Kajian Ekonomi Islam Dalam Penerapan Etika Bisnis Di Pasar Baru Kecamatan Sragi	39
B. Temuan Penelitian	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Saran	54

DAFTAR RUJUKAN LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Populasi dan Sample	10
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berjualan	31
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	32
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	33
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	34
Tabel 6. Distribusi jawaban responden pedagang dan pembeli Pasar Baru Kecamatan Sragi.....	35
Tabel 7. Jawaban Pedagang dan Pembeli dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang dagangannya dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli	44
Tabel 8. Jawaban Pedagang dan Pembeli pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan	45
Tabel 9. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Keadilan	45
Tabel 10. Jawaban Pedagang dan Pembeli dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk menerapkan membeli barang dagangan yang dijual	47
Tabel 11. Jawaban Pedagang dan Pembeli dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik ...	48
Tabel 12. Jawaban Pedagang dan Pembeli dalam berdagang selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan	48
Tabel 13. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Tanggung Jawab	49
Tabel 14. Jawaban Pedagang dan Pembeli barang dagangan yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi	50
Tabel 15. Jawaban Pedagang dan Pembeli berdagang tidak pernah mengurangi (timbangan, ukuran, kualitas, dan jumlah) barang yang telah dibeli konsumen.....	51
Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Kebenaran	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Struktur Organisasi atau Pasar BaruKecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan Sample	30
---	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, dan untuk menghindari kesalah pahaman, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan berapa kata yang menjadi judul skripsi ini. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah **“Penerepan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan)”**. Adapun uraian beberapa istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini yaitu, sebagai berikut:

1. **Penerapan** adalah sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.¹
2. **Etika Bisnis Islam** adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.²
3. **Transaksi** adalah kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketentuan hukum syariah atau syariat yang berlaku.³
4. **Jual Beli** merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.⁴
5. **Pasar Tradisional** merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjualan dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.⁵

Dari penegasan judul diatas, maka dapat disimpulkan yaitu mengenai gambaran penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional yaitu di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, dilihat

¹ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer Arkola*, (Surabaya, 2010), h.30

² Mustaq Ahmad Etika Bisnis Islam, *Pustaka Al-Kautsar*, (Yogyakarta, 2003), h.38

³ Slamet Wiyono, *Cara Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPS*, (Jakarta : Grasindo, 2012), h.25

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h.68

⁵ Siti Minakusnia, *“Prilaku Pedagang Pasar Tradisional ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015, h.51

dari cara pedagang menjual dagangannya kepada para pembeli apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang berlaku.

B. Latar Belakang Masalah

Islam sebagai agama yang dinamis dan universal. Ajarannya mencakup semua aspek dalam persoalan kehidupan masyarakat, baik yang menyangkut masalah ibadah maupun masalah mu'amalah. Berbicara tentang mu'amalah berarti membicarakan hubungan antara manusia dengan manusia dalam kehidupan, yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan tempat. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Kegiatan ekonomi sudah tiap hari kita rasakan. Tapi sistem ekonomi yang berkembang saat ini masih belum bisa menyelesaikan persoalan bangsa dari kemiskinan yang banyak terjadi di Indonesia dan negara berkembang lainnya. Sistem ekonomi saat ini sering terjadi penyuapan, pengemasan yang tidak baik, penekanan pelanggaran, kenaikan harga yang tidak wajar. Segala hal yang berkaitan dengan beberapa permasalahan diatas, yang berkaitan dengan etika dan hukum, termasuk membangun ketidakpercayaan dikalangan para konsumen. Kegagalan sistem ekonomi dianut oleh negara berkembang di dunia Indonesia termasuk negara berkembang, kegagalan pasar masih sering terjadi yang dapat disebabkan oleh kurang meratanya informasi aksesibilitas terhadap sarana transformasi dan komunikasi. Maka ekonomi Islam mulai berkembang sebagai harapan untuk meningkatkan kesejahteraan bagi manusia. Ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang tujuan utamanya adalah mewujudkan keadilan dan kesejahteraan secara merata. Islam mewajibkan setiap muslim bekerja yang didasarkan iman, etika kerja dan akhlak Islam.⁶

Sistem ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang dibangun diatas nilai-nilai Islam.⁷ Prinsip tauhid yang mengedepankan nilai-nilai ilahiah menjadi "inti" dari sistem ini. Ekonomi bukanlah sebuah entitas yang berdiri sendiri, melainkan sebuah bagian kecil dari bingkai ibadah kepada Allah SWT. Rasulullah telah berhasil menanamkan secara kuat dalam benak para sahabat bahwa berekonomi pada hakikatnya ialah beribadah kepada Allah.⁸ Ekonomi Islam menghindari diri dari setiap perilaku asusila. Produk ekonomi Islam melarang membuat produk-produk yang lebih banyak mudharatnya dan melarang menunda-

⁶ Yan Orgianus, *Moralitas Islam dalam Ekonomi dan Bisnis* (Bandung : Penerbit Marja, (2012) h.136

⁷ Hendri Hermawan Adinugraha, *Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam*, Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol.21 No. 1 Maret 2013.

⁸ Veithzal rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012) h.51

nunda kewajiban membayar gaji atau hutang.⁹Ekonomi dalam Islam harus mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha.

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli yaitu pasar, dan dalam lingkungan pemasaran dapat berubah serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar menawar.¹⁰ Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun ia bisa menjadi penjual. Bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya dipasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung.¹¹ Dalam pasar tradisional terjadi tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, sayuran, buah-buahan, telur, daging, pakaian, barang elektronik lainnya, jasa dan lain-lain.

Dalam islam pasar adalah wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syari'ah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan mutual *goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis.¹²

Fenomena yang banyak sekali berbagai hal yang dilakukan oleh para penjual yaitu dengan menghalalkan segala cara untuk dagangannya laku di pasaran dan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.¹³ Menurut Yusuf Qardhawi, Etika Bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai

⁹ Yan Orgianus, h. 198

¹⁰ Istijabatul Aliyah, *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan*, Jurnal Cakra Wisata Vol 18 Jilid 2 Tahun 2017.

¹¹ Eis Al Masito, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, UIN Kalijaga, Vol. X. No.2. Maret 2013, h.66

¹² Khoiruddin, *PASAR ISLAM*, Jurnal ASAS, Vol. 2, No. 2, Juli 2010.

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.154.

dengan syari'ah.¹⁴ Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional, kecurangan itu semakin terlihat ketika dihari lebaran banyak para pedagang mempermainkan timbangan, ukuran atau kekurangan lainnya karena permintaan semakin banyak. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen.

Model transaksi seperti itu seharusnya ditangani serius, karena dalam kehidupan berdagang moralitas etika itu penting harus dimiliki oleh pelaku pasar karena tidak hanya untuk mencari keuntungan semata saja namun keberkahan itu harus penting, kita harus mendapatkan keuntungan yang wajar dan diridhoi Allah. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya, tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis.¹⁵

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktekan oleh nabi muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan (181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus (182) dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), h.5

¹⁵ Fitri Amalia “Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil”
Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN jkt 2014. h.117

merajalela dimuka bumi dan membuat kerusakan (183).” (Q.S Asy-Syu’ara : 181-183)¹⁶

Maksud dari ayat diatas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia yang pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam segala bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.

Istilah etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.¹⁷ Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Manusia diberikah kebebasan dalam berbisnis akan tetapi harus menghargai kewajiban serta hak orang lain. Dalam berbisnis juga memiliki etika terutama dalam menentukan takaran. Perbuatan curang dalam perdagangan sering kali dilakukan dalam menakar, menimbang dan sebagainya. Masih banyak sebagian orang yang menganggap bahwa ukuran kesuksesan sebuah usaha adalah untung dan rugi dalam bentuk uang. Mereka memandang bisnis adalah bagaimana mencetak laba yang besar karena laba yang tinggi merupakan tanda kesuksesan, laba yang rendah berarti kinerja nya buruk. Tetapi kurun waktu belakangan ini, isu mengenai etika bisnis menggugah kesadaran banyak pihak khususnya para pelaku bisnis. Mereka menyadari, bisnis yang baik merupakan dampak dari ikhtiar yang baik, dimana kinerja yang baik merupakan hasil dari penerapan etika yang baik oleh organisasi maupun para pelaku ekonomi. Modal yang sebenarnya dalam berdagang adalah kejujuran dan keadilan dalam bertransaksi.¹⁸

Salah satu hal yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional yang berada di Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan. Sebagaimana pasar tradisional pada umumnya, dipasar tradisional di Desa Sukapura ini terjadi aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli, yang paling diutamakan oleh penduduk sekitar yakni berbelanja di Pasar Baru adalah harganya yang terjangkau, dan masih menjadi interaksi sosial yang kuat dalam masyarakat dan mekanisme transaksi menggunakan metode tawar-

¹⁶Departemen Agama RI, AL-Quran dan Terjemahannya, (Bandung : Diponegoro, 2011), h.374

¹⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2013), h. 154

¹⁸ Ahmad Sukron, *Membongkar Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Qur An: Perspektif Epistemologis*, Jurnal Religia Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, Terbitan 2 jilid 2, Tahun 2009.

menawar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang langsung produk pada umumnya yang masih sangat segar. Pasar tradisional ini padat sekali para penjual maupun pembeli karena terletak diantara perbatasan dua desa sehingga menjadi sentra ekonomi utama disana, akses jalan menuju pasarpun cukup mudah untuk dilewati oleh masyarakat setempat, sumber daya alamnya juga cukup banyak dan beragam, dan pertumbuhan perekonomian didesa sukapura tersebut cukup baik dilihat dari banyaknya berbagai macam jenis usaha yang ada di desa sukapura ini. Permasalahan yang sering terjadi yakni kualitas barang yang tidak sesuai, sikap para penjual yang kurang baik dalam melayani para pembeli bahkan tidak jarang para pedagang/penjual yang menaikkan bahkan menurunkan harga barang yang tidak semestinya.¹⁹ Untuk itu penulis ingin mengetahui bagaimana perilaku pedagang di pasar tradisional yang ada di Pasar Baru Desa Sukapura yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam.

Untuk lebih jelasnya penulis melakukan penelitian secara langsung yaitu dengan berbelanja langsung serta mengamati para penjual dan pembeli di pasar yaitu dengan membeli bahan makanan seperti kacang tanah, sayuran (tomat dan bawang merah) di Pasar Baru, Sesampainya di rumah penulis memeriksa belanjaan seperti kacang dan sayuran lainnya, ternyata kacang yang di beli bercampur dengan kacang yang sudah kering serta ada sedikit kerikil kecil dan untuk sayuran yang saya beli ternyata takarannya ada yang kurang serta lebih.²⁰

Minggu depannya lagi penulis berbelanja bahan makanan dan memperhatikan beberapa pedagang yang menjual dagangan yang sama tetapi harganya cukup beragam selisih seribu sampai lima ribu rupiah. Lalu ada juga beberapa pembeli yang menawar terlalu murah berhubung barang dagangannya sepi, penjual tersebut seperti terpaksa memberikannya kepada pembeli tersebut.²¹ Setelah melihat dan memperhatikan beberapa kasus di atas, maka timbul pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada pedagang dan pembeli yang bersikap demikian adanya ketidak puasan antara pedagang dan pembeli. Hal tersebut muncul karena ketidak pahaman pedagang maupun pembeli dalam bertransaksi jual beli atau karena kesengajaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan)”**.

¹⁹ Hasil pengamatan langsung (observasi), Pada tanggal Kamis 18 Juni 2020

²⁰ Tite, Pembeli (Wawancara), Pasar Baru, Kamis 18 Juni 2020

²¹ Tite, Pembeli (Wawancara), Pasar Baru, Minggu 21 Juni 2020

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada kegiatan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Dari fokus ini dibagi menjadi 2 sub-fokus diantaranya :

1. Penelitian dilakukan pada masyarakat yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.
2. Penelitian ini ditinjau dari Prinsip ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur yakni prinsip tanggungjawab, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan ?
2. Bagaimana kajian ekonomi Islam dalam penerapan etika bisnis di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana kajian ekonomi Islam dalam penerapan etika bisnis di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum tentang etika jual beli di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam.
 - b. Dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dalam kegiatan penelitian berikutnya bagi mahasiswa dan masyarakat mengenai penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Pedagang, Diharapkan para pedagang bisa selalu bersikap adil dan jujur kepada semua pembeli dan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam.
- b. Bagi Masyarakat, Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Etika bisnis telah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian terhadap etika bisnis Islam pada sebagai berikut:

1. Kataruddin Tiakoly¹, Abdul Wahab², Syaharuddin. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama” *Jurnal Iqtisaduna* (2019). Mayoritas pedagang barang campuran di pasar Gamalama Kota Ternate telah memahami etika bisnis Islam dan menerapkan konsep etika bisnis Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., dalam berdagang. sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., maka penerapan etika bisnis Islam dapat membentuk sikap kejujuran, keadilan, serta suka sama-sama suka dalam berdagang.²²
2. Wahyu Mijil Sampurno. “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga” *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016). Perusahaan atau pelaku pada penelitian ini telah menerapkan etika bisnis Islam pada setiap aspek yang ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu : tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab. Penerapan etika bisnis Islam menimbulkan dampak positif bagi seluruh proses operasional perusahaan. Hal tersebut ditandai dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan aspek finansial.²³
3. Fitri Amalia. “Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil” *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN Jkt* (2014). Etika bisnis Islam telah diterapkan oleh para pelaku usaha di tiga tempat penelitian, yakni: Kampung Kreatif, Bazaar Madinah serta di lingkungan kampus UIN Syarif Hidayatullah sendiri. Para pelaku usaha ini meyakini bahwa apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan

²²Kataruddin Tiakoly¹, Abdul Wahab², Syaharuddin “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama”, *Jurnal Iqtisaduna* (2019). Vol 5 No1. h.122

²³Wahyu Mijil Sampurno “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga”, *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016). Vol. 2, issue 1: 13-18

duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.²⁴

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat peneliti dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menentukan kebenaran.²⁵ Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris, yaitu penelitian dengan adanya data-data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.²⁶ Penelitian ini disebut sebagai penelitian empiris karena penulis melakukan penelitian untuk melihat proses terjadinya transaksi jual beli di pasar tradisional pada pasar baru Desa Baktirasa Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan adalah kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data yang dilakukan secara induktif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memadukan peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian ini bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan kualitatif adalah penelitian yang mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil data yang valid.²⁷ Dalam penelitian ini meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

2. Populasi dan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁸ Populasi dalam

²⁴Fitri Amalia. "Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil" *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN Jkt* (2014). h. 24

²⁵ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta : PT. Gramedia, 2010), h.13

²⁶Bambang Sugiono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), H.43

²⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, Cet. 19, 2014), h.209

²⁸Sugiono, *Metode Penelitian dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2017), h.119

penelitian ini adalah para pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut..²⁹ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sample yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

a. Ukuran Sample

Adapun dalam penentuan besar kecilnya sample tersebut. Penulis berpedoman pada Suharsimi Arikunto, yaitu “untuk sekedar acuan-acuan maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih”.³⁰ Jadi dari data populasi yang ada maka penulis mengambil sample 30% dari jumlah populasi yang ada. Penentuan sample akan dijabarkan pada tabel dibawah ini

Tabel 1
Jumlah Populasi dan Sample

No	Jenis Usaha	Jumlah Pedagang	
		Populasi	Sample
1	Pakaian	18	5
2	Kerudung	3	1
3	Sepatu dan sandal	5	2
4	Kosmetik	4	1
5	Beras	3	1
6	Parabotan	4	1
7	Buku & alat tulis	2	1
8	Sembako	11	2
9	Sayuran	22	4
10	Tempe/tahu	6	3
11	Buah-buahan	5	2
12	Alat pertanian	2	1
13	Ayam	4	2

²⁹Ibid, h.81

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), Edisi Revisi, h.109

14	Ikan	6	2
15	Jajanan pasar	10	2
16	Bumbu	4	1
17	Kecambah	2	2
18	Tukang cukur rambut	2	1
19	Aksesoris	5	1
20	Sosis dan bakso	2	1
		120	36

Sumber Data : Data Primer Pada 18 Juni 2020

Dalam penentuan ukuran sample peneliti menggunakan Rumus Slovin :³¹

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = ukuran sample

N = ukuran populasi

e = prosentasi kelonggaran ketidaktertarikan karena kesalah pengambilan sample yang masih diinginkan.

b. Teknik Pengambilan Sample

Penelitian ini menggunakan pengambilan sample secara acak, yang dimaksud adalah suatu metode pemilihan ukuran sample, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sample, sehingga metode ini sering disebut dengan metode yang baik.³²

3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari lapangan.. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di Pasar Baru, serta informan yang terkait

³¹T Ryan, Sample Size Determination and Power. John Wiley and Sons, 2013.

³²Zikmund, Babin, Carr, and Griffin. Business Research Methods. Thomson South-Western. 2009.

dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang dan pembeli sebagai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, *website*, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar tradisional yang menunjang penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar yang mana dalam melakukan penelitian ini melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka (yang diteliti) mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktifitas peneliti.³³ Observasi yang penulis lakukan adalah observasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati.³⁴ Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan transaksi jual beli yang dilakukan pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi.

b. Wawancara (interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *Self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.³⁵ Adapun yang akan penulis wawancarai ialah :

- a) Pedagang Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan
- b) Pengelola Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan
- c) Pembeli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan

³³ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups : Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: rajawali, 2013, h.132

³⁴ Sugiono, *Op.Cit*, (2014), h.227

³⁵ *Ibid*, h.137

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan terbesar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (tak langsung).³⁶

Kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner langsung yang ditunjukkan kepada para pedagang dan pembeli mengenai penerapan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan di pasar baru. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang diterapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan skripsi.³⁷ Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari arsip kantor Pasar Baru yang menunjang penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³⁸ Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan data standar untuk memperoleh data yang sangat diperlukan. Dalam proses analisis data penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif

³⁶*Ibid*, h.142

³⁷ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h.240

³⁸ Sugiono, *Op. Cit*, (2014) h.244

adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis menggunakan angka-angka, dan dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang diyakini kevalidannya. Setelah itu data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis

1. Etika Bisnis Secara Umum

a. Pengertian Etika Bisnis

Istilah etika (*ethics*) berasal dari kata Yunani, yaitu *ethos* (bentuk tunggal) yang berarti adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan, watak, sikap, cara berpikir. Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan “*self control*”, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan kelompok sendiri. Dengan kata lain bahwa etika lebih bersikap teoritis. Etika hanya berbicara mengenai nilai perbuatan baik dan buruknya manusia dengan tolak ukur akal pikiran.³⁹

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Adapun dari pandangan straub dan atner bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.⁴⁰

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup :

1. Kejujuran (*Honesty*) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Reliability*) : janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
3. Loyalitas : setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien, anggaran dasar dan anggaran rumah tangga nya.
4. Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.⁴¹

Standar baik dan buruk menurut ajaran Islam berbeda dengan ukuran-ukuran lainnya. Untuk menilai apakah sesuatu perbuatan itu baik atau buruk juga harus diperhatikan kriteria (bagaimana cara melakukan

³⁹ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung:LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015) h. 25

⁴⁰ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: gema insani, 2002) h.15

⁴¹ Pandji Anoraa, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011). h. 133

perbuatan itu). Penggunaan kriteria (cara melakukan perbuatan) itu dapat dirujuk kepada ketentuan Al-Qur'an.⁴²

Sebagai firman Allah SWT dalam surah al-Baqarah ayat 263 sebagai berikut:

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى ۚ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ﴾

*“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si pemberi). Allah Maha Kaya Lagi Maha Penyantun. (Q.S Al-Baqarah : 263)”*⁴³

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur apakah sesuatu itu dikategorikan kepada perbuatan baik atau perbuatan buruk di dasarkan kepada:

1. Niat, yaitu yang melatarbelakangi (mendorong) lahirnya sesuatu perbuatan yang sering juga diistilahkan dengan kehendak.
2. Dalam hal merealisasikan kehendak tersebut harus dilaksanakan dengan cara yang baik.

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Sedangkan secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.⁴⁴

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik buruk benar salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip prinsip moralitas. dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus commit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan relasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis nya dengan selama. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaan terhadap kemahakuasaan Tuhan. hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak dalam arti kebebasan yang terbatas. dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat benar dan salah, halal dan haram.⁴⁵

b. Teori Etika

Pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika selain pengalaman dan informasi moral yang diterima dari berbagai sumber.

⁴² Suhrawardi K. Lubis, *Etika Profesi Hukum*, (Jakarta: Sinar rafika, 2009), h.39

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Dipenogoro, 2011), h.44

⁴⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h.28

⁴⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), h.70

1. Etika Deontologi.

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan. Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu: karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya.

Deontologist menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan dalam penerapan deontological disini adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban,, prinsip yang didahulukan.

2. Etika Teleologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik atau jika konsekuensi yang ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

3. Etika Hak

Etika hak memberi bekal kepada pembisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnis nya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya.

Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang : (1) tidak dapat dicabut atau direbut karena sejak manusia itu ada ; (2) tidak tergantung dari persetujuan orang ; (3) merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

4. Etika Keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria terlebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode perilaku).⁴⁶

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

a. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:

1) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.⁴⁷ Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah Ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ

شَتَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۖ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada

⁴⁶ Erni R. Ernawan, *Business ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), h.12-14

⁴⁷ Abdul Aziz, *Op.Cit*, h. 46

*Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(Q.S Al-maidah : 8)*⁴⁸

2) Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. dalam ekonomi manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum "semua boleh kecuali yang" yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.⁴⁹

3) Prinsip Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.⁵⁰ Hal ini sesuai dengan apa yang ada di dalam Al-Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٣٨﴾

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.(Q.S Al-Muddassir : 38)⁵¹

Dari ayat di atas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia titik kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu dan tidak digunakan sebagai bas bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

4) Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksud sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. dalam prinsip ini terkandung 2 unsur penting

⁴⁸ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h.145

⁴⁹ Abdul Aziz, *Op.Cit*, h. 46

⁵⁰ *Ibid*.

⁵¹ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h. 532

yaitu kebajikan dan kejujuran titik kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.⁵² dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-isra ayat 35 yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (QS. Al-isra :35)⁵³

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa Alquran telah memberi penegasan bahwasanya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.

b. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah :

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian rangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁵⁴

⁵²Rafik Issa Beekun, , *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2004), h.16

⁵³ Departemen Agama RI. *Op. Cit*, h. 450

⁵⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.76

c. Dasar Hukum Etika Bisnis Dalam Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh melakukannya dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela dan keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa : 29)⁵⁵

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjualan dan pembeli harus ridho dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan hadist Nabi, sebagai berikut :

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكُنَّا مُحِقَّ بَرَكَةِ بَيْعِهِمَا

“Dari Hakim bin Nizam ra. Rasullullah SAW bersabda, 'dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih (antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual beli keduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (aibnya), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu (HR. Muttafaq 'Alaihi).⁵⁶

Dan hadist diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Diantara bentuk kejujuran adalah

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Op. Cit*, h.83

⁵⁶ Shahih Bukhari, h.375. Hadist nomor 2082

seorang pembisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat derajat di surga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.⁵⁷

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.

Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut dengan pengertian konkret, sedangkan pengertian yang kedua disebut dengan sebagai pengertian abstrak.

Kedua pengertian di atas masih dianggap sempit dan kurang lengkap sehingga William J. Stonton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar ini, yakni: pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemampuan untuk membelanjakannya. jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor yang menunjang terjadinya pasar:

- a. Orang dengan segala keinginan
- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang, tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya seseorang mempunyai kemampuan tetapi ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.

⁵⁷ Asyraf Muhammad Dawwah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (semarang : Pustaka nuun, 2008), h.58

2. Macam-Macam Pasar

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli serta secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:

- 1) Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- 2) Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Tawar-menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- 3) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. selain itu juga terdapat pengelompokan dagang sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayuran, buah, bumbu, dan daging.
- 4) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau negara.

b. Pasar Moedern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan membeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Ciri-ciri pasar modern adalah:

- 1) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (contoh : by online)
- 2) Alat pembayaran bisa non tunai (Transfer)
- 3) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung
- 4) Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar.
- 5) Harga sudah tertera dan diberi barcode.
- 6) Barang yang dijual beraneka ragam dan umumnya tahan lama.
- 7) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (Swalayan).
- 8) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.
- 9) Tempat bersih.
- 10) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang.
- 11) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar-menawar lagi.⁵⁸

C. Transaksi Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam bahasa arabnya disebut dengan *al-bay'*. Artinya tukar menukar atau saling menukar. Menurut terminologi adalah “tukar menukar harta atau dasar suka sama suka”. Menurut Ibd Qudamah yang dikutip oleh rahmad syafe’I pengertian jual beli adalah “tukar menukar harta untuk saling menjadikan hak milik”. Dapat disimpulkan bahwa, bahwa pengertian jual menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang antara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka, untuk saling memiliki. Dengan jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah. Pihak pembeli berhak memiliki barang yang diterima dari penjual.

⁵⁸ Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol 13 N0.01 April 2013 ISSN 1693-7619, h. 18

Dari definisi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jual-beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli di syariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadist Nabi, dan Ijma'. pelaksanaan transaksi jual-beli telah menetapkan tata aturan yang secara detail disebutkan dalam ilmu fiqh muamalah.

b) Al-Qur'an

Adapun dasar hukum yang menjelaskan tentang diperbolehkannya jual beli dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَآنتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulang (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.” (Q.S Al-Baqarah : 275)⁵⁹

Ayat di atas menjelaskan tentang dasar kehalalan hukum jual beli dengan baik dan melarang praktek jual-beli yang mengandung riba. Allah SWT adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat

⁵⁹ Departemen Agama RI, *Op, Cit*, h.34

kemaslahatan, maka akan diperintahkan untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika menyebabkan kemudharatan, maka Allah SWT akan melarangnya.

c) Hadist Nabi

1) Hadist Rasul yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad yaitu :

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ
بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Dari Rafi’ Ibn Khudaij ia berkata; Rasulullah SAW ditanya oleh seseorang, apakah usaha yang paling baik wahai Rasulullah. Beliau menjawab seseorang yang bekerja dengan usahanya sendiri dan jual beli yang baik (dibenarkan oleh syariat Islam). Hadist riwayat Ahmad.

2) Hadist riwayat Ibn Majah yaitu :

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

“Jual beli harus didasarkan atas rasa suka sama suka (saling meridhai).” (HR. Ibnu Majah).

Berdasarkan hadis tersebut maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah Jaiz (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, seperti harus didasarkan suka sama suka, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.⁶⁰

d) Ijma’

Ulama telah sepakat bahwa jual-beli telah diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkan itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai. Mengacu pada Al-Qur'an dan hadist jual beli adalah mubah (boleh). Namun pada situasi tertentu, hukum jual beli itu bisa berubah menjadi sunnah, wajib haram, dan makruh.

⁶⁰ Siti Mujiatun, Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam dan Istina, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol.13 No.2 September 2013, h. 204

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut jumhur ulama' rukun jual beli itu ada empat, antara lain:

- 1) Ada orang yang berakad atau Al-muta'qidaini (penjual dan pembeli).
- 2) Ada sighat (lafal ijab dan qobul).
- 3) Ada barang yang dibeli.
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh jumhur ulama' adalah sebagai berikut:

- a. Syarat orang yang berakad
 - 1) Berakal.
 - 2) Orang yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda.
- b. Syarat yang terkait dengan ijab Qabul
 - 1) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
 - 2) Kabul sesuai dengan ijab.
- c. Syarat barang yang diperjual belikan
 - 1) Barang itu ada atau tidak ada di tempat tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
 - 2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.
 - 3) Milik seseorang.
 - 4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

4. Macam-Macam Jual Beli

Adapun macam-macam jual beli dalam Islam adalah sebagai berikut:

- 1) Jual beli ditinjau dari segi hukum terbagi menjadi dua, yaitu :
 - a) Jual beli yang sah menurut
 - b) Jual beli yang batal menurut hukum
- 2) Jual beli ditinjau dari segi objek

Menurut pendapat imam taqiyuddin jual beli terbagi menjadi 3 yaitu :

 - a) Jual beli benda yang kelihatan, maksudnya yaitu ketika terjadi akad benda atau barang tersebut ada di depan penjual dan pembeli.
 - b) Jual beli yang di sebut kan sifat-sifat benda atau barang nya dalam perjanjian, maksudnya yaitu perjanjian yang menyerahkan barang barang ditanggungkan hingga masa tertentu.
 - c) Jual beli benda yang tidak ada maksudnya yaitu benda yang diperjualbelikan tersebut tidak ada.
- 3) Jual beli ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), terbagi menjadi tiga:
 - a) Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan

- b) Akad jual beli yang dilakukan dengan perantara misalnya via pos, giro dan lain-lain. jual beli seperti ini sama hanya dengan ijab kabul menggunakan ucapan, yang membedakannya yaitu antara si penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad.
- c) Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau lebih dikenal dengan istilah mu'athah maksudnya mengambil dan memberikan barang tanpa ijab Kabul, seperti seseorang yang membeli permen yang sudah bertuliskan label harga.

Apabila rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi, jual beli dianggap tidak sah. Adapun bentuk jual beli yang dianggap melarang ke ketentuan Syariah, di antaranya:

- 1) Membeli barang dengan harga yang lebih mahal dari harga pasar.
- 2) Membeli barang untuk (ditimbun) agar dapat dijual dengan harga yang lebih mahal sedangkan masyarakat umum sangat membutuhkannya.
- 3) Menjual barang untuk keperluan maksiat.
- 4) Jual beli dengan penipuan.
- 5) Menjual yang bukan atau belum menjadi miliknya dan tidak punya hak akan barang tersebut.
- 6) Jual beli utang. Berdasarkan hadis riwayat Ibn Umar r.a. bahwa nabi Muhammad SAW. Melarang jual beli kali' dengan kali' maksudnya utang dengan utang.

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek

1. Sejarah Singkat Pasar Baru Desa Sukapura Kabupaten Lampung Selatan

Pasar Baru berada di Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan. Pasar ini berdiri sejak tahun 1980, pertama kali berdiri Pasar Baru dibangun oleh swadaya masyarakat dengan keadaan pasar yang sangat sederhana dan letak lokasi pasar yang kurang strategi karena berada di pinggir jalan raya yang terletak diperbatasan Desa Baktira dan Desa Sukapura. Seiring dengan perkembangan zaman dan daya saing yang semakin meningkat, pada tahun 1993 pengelola pasar memindahkan lokasi pasar yang lebih strategis dan khusus dengan menyediakan bangunan yang lebih kokoh dan lebih luas dibandingkan dengan lokasi pasar sebelumnya dengan luas lahan 4.275 M. Pasar Baru secara administrasi terletak di Desa Sukapura Dusun III Sukamukti RT.001 RW.003 Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, Pasar Baru berada di perbatasan antara Desa Baktirasa dan Desa Sukapura, sehingga menjadi sentra ekonomi utama disana. Pasar Baru digolongkan sebagai pasar wilayah dibawah naungan Dinas Pasar yang dinaungi oleh PEMDA (Pemerintah Daerah). Barang-barang yang dijual beraneka ragam diantaranya kebutuhan pokok, sayur mayur, ikan, bumbu, buah-buahan, peralatan rumah tangga, dan pakaian. Mayoritas pedagang yang berada di Pasar Baru berasal dari sekitar Kecamatan Sragi.⁶¹

2. Visi Dan Misi Pasar Baru

a. Visi

Terwujudnya peningkatan pelayanan terhadap masyarakat pedagang, pengunjung, pembeli, dan pengelola pasar melalui sistem pengelolaan pasar yang terpadu, efektif, dan efisien.

b. Misi

1. Untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.
2. Untuk memberdayakan produk hasil tani sendiri.
3. Untuk mengembangkan sistem pengelolaan keuangan.⁶²

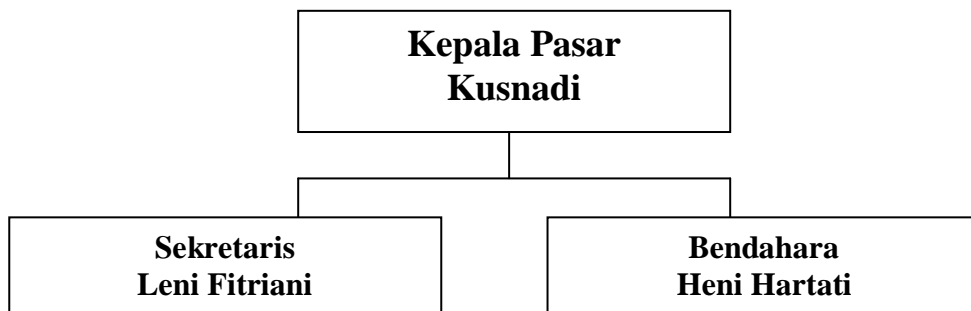
⁶¹Leni Fitriani, Sekretaris Pasar, (*wawancara*), Pada tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁶²Peraturan Daerah Sukapura Tentang Pengelolaan Pasar Nomor 02 Tahun 2020

3. Struktur Organisasi Pasar Baru

Adapun struktur organisasi atau kepengurusan di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan adalah sebagai berikut :

Gambar 1
Struktur Organisasi atau Kepengurusan Pasar Baru
Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan



Sumber : Dokumentasi Kantor Pasar Baru

4. Sarana Dan Prasarana Pasar Baru

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” masa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya di Pasar Baru.

Adapun sarana dan prasarana yang ada di Pasar Baru terpapar di bawah ini :

- a. Tempat Berjualan :
 1. Kios dengan Petak luas $\pm 165 \text{ m}^2$
 2. Los dengan Petak luas $\pm 252 \text{ m}^2$
 3. Dasaran terbuka dengan Petak luas $\pm 276 \text{ m}^2$
 4. Amben Petak luas $\pm 72 \text{ m}^2$
 5. PKL Petak luas $\pm 1127 \text{ m}^2$
- b. Parkir.
- c. Mushola : Tidak Ada.
- d. TPS : 1 buah dengan ukuran 10 m^3 .
- e. Daya Listrik : Tidak Ada.
- f. MCK : 1 buah 2 kamar ukuran 6 m^3 sumber air berasal dari Sumur Bor.⁶³

⁶³ Dokumentasi, Pasar Baru, Pada tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian

Pasar Baru merupakan pasar tradisional yang berada di Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, dimana Pasar Baru secara administrasi terletak di Desa Sukapura Dusun III Sukamukti RT.001 RW.003 Pasar Baru ini digolongkan sebagai pasar wilayah dibawah naungan Dinas Pasar yang dinaungi oleh PEMDA (Pemerintah Daerah) yang diketuai oleh Bapak Kusnadi. Selain untuk tempat mendapatkan barang-barang atau kebutuhan pokok oleh mayoritas penduduk Sragi, yang paling diutamakan oleh penduduk sekitarnya adalah harganya terjangkau, dan masih menjadi interaksi sosial yang kuat dalam masyarakat dan mekanisme transaksi menggunakan metode tawar-menawar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang langsung produk pada umumnya yang masih sangat segar. Bentuk transaksi penjualan di Pasar Baru sendiri yaitu menggunakan sistem *cash* (tunai) namun bagi yang tidak memiliki *cash* (tunai) bisa memilih dengan kredit atau bahkan tempo (bayar bulanan).

1. Gambaran Responden

Pada bagian sebelum peneliti menggambarkan hasil kuisisioner yang disebarkan kepada para pedagang dan pembeli yang sedang melakukan transaksi penjualan di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan lama responden berjualan, jenis usaha, pendidikan terakhir, dan usia. Penelitian dilakukan pada tanggal 23 sampai 27 Agustus 2020 dengan jumlah responden 55 orang, yang mencakup 30 orang pedagang dan 25 orang pembeli. Gambaran umum dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Distribusi responden pedagang berdasarkan lama responden berjualan

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berjualan

No	Lama Usaha	Jumlah Orang	Persentase
1	1 Tahun	3	10%
2	Diatas 1 Tahun	8	26,67%
3	Diatas 10 Tahun	10	33,33%
4	Diatas 20 Tahun	5	16,67%
5	Diatas 30 Tahun	4	13,33%
	Jumlah	30	100%

Sumber :Data Primer di olah pada 29 Agustus 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 3 orang atau 10% dari angket yang disebarkan menyatakan bahwa mereka berjualan sebagai pedagang di Pasar Baru selama 1 (satu) tahun, sedangkan 8 atau 26,67% menyatakan diatas 1 (satu) tahun, 10 atau 33.33% responden menyatakan telah berjualan diatas 10 tahun, lalu 5 atau 16,67% responden menyatakan telah berjualan diatas 20 tahun, dan 4 atau 13,33% menyatakan telah berjualan di Pasar Baru selama 30 tahun lebih.

2) distribusi responden berdasarkan jenis usaha

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Pedagang		Pembeli	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Pakaian	2	6.67%	2	8%
2	Kerudung	1	3.33%	1	4%
3	Sepatu dan sandal	1	3.33%	1	4%
4	Kosmetik	1	3.33%	1	4%
5	Beras	1	3.33%	1	4%
6	Parabotan	1	3.33%	1	4%
7	Buku & alat tulis	1	3.33%	1	4%
8	Sembako	2	6.67%	1	4%
9	Sayuran	4	13.33%	3	12%
10	Tempe/tahu	1	3.33%	1	4%
11	Buah-buahan	2	6.67%	1	4%
12	Alat pertanian	1	3.33%	1	4%
13	Ayam	1	3.33%	1	4%
14	Ikan	2	6.67%	1	4%
15	Jajanan pasar	2	6.67%	1	4%
16	Bumbu	1	3.33%	1	4%
17	Kecambah	1	3.33%	1	4%
18	Tukang cukur rambut	1	3.33%	1	4%
19	Aksesoris	1	3.33%	1	4%
20	Sosis dan bakso	1	3.33%	1	4%
21	Pelastik	1	3.33%	1	4%
22	Kopi	1	3.33%	1	4%
	Jumlah	30	100%	25	100%

Sumber: data primer di olah pada tanggal 29 Agustus 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini memiliki jenis usaha yang bervariasi yaitu jenis usaha pakaian berjumlah 2 atau 6,67%, kerudung 1 atau 3,33%, sepatu & sandal 1 atau 3,33%, kosmetik 1 atau 3,33%, beras 1 atau 3,33%, parabotan 1 atau 3,33%, buku & alat tulis 1 atau 3,33%, sembako 2 atau 6,67%, sayuran 4 atau 13,33%, tempe/tahu 1 atau 3,33%, buah-buahan 2 atau 6,67%, alat pertanian 1 atau 3,33%, ayam 1 atau 3,33%, ikan 2 atau 6,67%, jajanan pasar 2 atau 6,67%, bumbu 1 atau 3,33%, kecambah 1 atau 3,33%, tukang cukur rambut 1 atau 3,33%, aksesoris 1 atau 3,33%, sosis dan bakso 1 atau 3,33%, pelastik 1 atau 3,33%, dan pedagang kopi 1 atau 3,33% dari total responden.

3) Distribusi responden berdasarkan pendidikan

Tabel 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat pendidikan	Pedagang		Pembeli	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Tidak Tamat SD	4	13,33%	2	8%
2	SD	6	20%	4	16%
3	SMP	9	30%	7	28%
4	SMA	8	26,67%	9	36%
5	Perguruan Tinggi	3	10%	3	12%
Jumlah		30	100%	25	100%

Sumber :Data Primer diolah pada tanggal 30 Agustus 2020

Dari data diatas dapat diketahui bahwa distribusi responden untuk pedagang terbanyak terdapat pada responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMP yaitu berjumlah 9 orang atau 30%. Responden terbanyak kedua, responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA yaitu berjumlah 8 orang atau 26,67%. Selanjutnya responden yang tamat SD berjumlah 6 orang atau 20%, lalu responden yang tidak tamat SD berjumlah 4 orang atau 13,33%, dan responden terkecil terdapat pada tingkat perguruan tinggi jumlah 3 orang atau 10% dari total responden. Sedangkan untuk pembeli distribusi responden terbanyak terdapat pada responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 9 orang atau 36% responden. Dan terbanyak kedua responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMP yaitu sebanyak 7 orang atau 28% responden. Selanjutnya responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai SD yaitu sebanyak 4 orang atau 16%, untuk responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai perguruan tinggi berjumlah 3 orang atau 12%, dan

responden terkecil yang memiliki tingkat pendidikan yang tidak tamat SD berjumlah 2 orang atau 8% dari total responden.

4) Distribusi responden berdasarkan kelompok umur

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Umur	Pedagang		Pembeli	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	20-25 Tahun	3	10%	2	8%
2	26-30 Tahun	8	26.67%	4	16%
3	31-35 Tahun	6	20%	9	36%
4	36-40 Tahun	5	16.67%	3	12%
5	41-45 Tahun	4	13.33%	4	16%
6	46-50 Tahun	2	6.67%	2	8%
7	50-55 Tahun	2	6.67%	1	4%
Jumlah		30	100%	25	100%

Sumber :Data Primer diolah pada tanggal 30 Agustus 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa distribusi responden pada pedagang terbesar pada kelompok 26-30 yaitu 8 orang atau 26,67% dari total responden. Untuk kelompok terbesar kedua pada kelompok umur 31-35 tahun sebanyak 6 orang atau 20%. Kemudian kelompok umur 36-40 tahun sebanyak 5 orang atau 16,67% begitupun dengan kelompok umur 41-45 tahun sebanyak 4 orang atau 13,33%, lalu responden pada kelompok 20-25 tahun berjumlah 3 orang atau 8% dan responden terkecil yaitu pada kelompok umur 46-50 tahun sama dengan kelompok umur 51-55 tahun berjumlah 2 orang atau 6,67% dari jumlah responden. Sedangkan distribusi responden dari para pembeli distribusi responden terbesar pada kelompok umur 31-35 tahun sebanyak 9 orang atau 36%, dan responden terbesar kedua pada kelompok umur 26-30 tahun sama dengan responden kelompok umur 41-45 tahun sebanyak 4 orang atau 16%. Dan pada kelompok umur 36-40 tahun sebanyak 3 orang atau 12% begitupun dengan kelompok umur 20-25 tahun sama halnya dengan responden kelompok umur 46-50 tahun sebanyak orang atau 8%. Terakhir distribusi responden pada kelompok umur 50-55 tahun sebanyak 1 orang atau 4% dari jumlah total keseluruhan responden.

2. Distribusi Jawaban Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan untuk hasil dari kuesioner yang telah tersedia yang kemudian disebarkan dan ditarik kembali oleh peneliti, dikoreksi dengan baik apakah semua responden mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan item masing-masing dan alternatif yang dipilih menjawab, sehingga yang diperoleh dapat dikoreksi dan diuji kebenarannya, berikut adalah distribusi

jawaban responden per item indikator dari kuesioner yang telah disebarikan kepada 55 responden.

Tabel 6
Distribusi jawaban responden pedagang dan pembeli
Pasar Baru Kecamatan Sragi

Variabel	Indikator	Pernyataan	Alternatif jawaban				
			Selalu	Sering	Kadang - kadang	Tidak pernah	Jum lah
ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI	Keadilan (Erni R. Ernawan, 2011)	Dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang dagangannya dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli.	18/2	2/4	8/12	2/7	55
		Pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan.	18/4	10/6	2/8	0/7	55
	Kehendak Bebas (Abdul Aziz, 2013)	Dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk menerapkan membeli barang dagangannya yang dijual.	9/0	8/1	7/18	6/7	55
	Tanggung jawab (Abdul Aziz, 2013)	Dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik.	20/8	9/15	1/2	0/0	55

		Dalam berdagang selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan.	24/13	5/7	1/5	0/0	55
	Kebenaran (Rafik Issa Beekun, 2004)	Barang dagangan yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan ataupun mengurangi.	18/1	8/2	4/15	0/7	55
		Berdagang tidak pernah mengurangi (timbangan, ukuran, kualitas, dan jumlah) barang yang telah dibeli konsumen.	6/0	9/4	14/12	1/9	55

Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di Pasar Baru jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Baru masih belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Baru. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan di Pasar Baru. Hal ini terjawab dari jawaban para pembeli dan berdasarkan observasi yang peneliti dapat, masih banyak para pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan harga yang berbeda kepada para pembeli, dan pedagang juga masih memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya yang dijual, selain itu pedagang di Pasar Baru masih belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi hal menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan maupun kualitas. Sedangkan dalam Islam transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama Islam dan bernilai ibadah. Jika akad jual beli tidak sesuai dengan tata aturan yang diterapkan oleh syariah, maka dapat dipastikan akad

jual belinya dianggap tidak sah. Jika demikian keadaanya, maka akan terjadi kedzaliman terhadap pihak lain yang saling melakukan transaksi, padahal Islam senantiasa mengatur umatnya agar hidup berdampingan, dan tidak saling merugikan.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Baru Kecamatan Sragi.

Dari hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, bahwasanya secara garis besar pedagang sudah menerapkan atau menjalankan etika bisnis, meskipun ada sebagian pedagang yang belum menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli. Dari hasil wawancara yang peneliti dapat dari beberapa pedagang yang dijadikan sample penelitian.

1) Hasil Observasi Pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Dari hasil observasi yang peneliti peroleh dari beberapa pedagang yaitu yang pertama mengenai cara pedagang menawarkan kepada pembeli yaitu dengan berbagai macam cara, diantaranya mengobrol barang dagangnya kepada pembeli yang lewat didepan kiosnya, ada juga yang menawarkan dagangnya dengan berteriak keras agar dapat menarik perhatian pembeli. Kemudian dari hasil observasi ada pembeli yang tertarik dengan dagangannya tetapi tidak jarang pedagang yang melarang pembeli untuk mencoba dagangnya karena khawatir barang dagangnya rusak, kotor dan bau. Hal terjadi pada pedagang pakaian dan sepatu, seperti yang dilakukan oleh ibu Yoyoh dan ibu Diah.⁶⁴

Dari hasil observasi tersebut, ditinjau dari teori etika yakni etika deontologi, menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik seharusnya pedagang tidak harus berteriak cukup keras dalam menawarkan barang dagangnya agar para pembeli merasa nyaman dalam berbelanja, dan seharusnya pedagang juga memberitahu terlebih dahulu bahwasannya barang dagangan tersebut tidak boleh untuk dicoba agar tidak terjadi salah paham bahkan kerugian karna barang rusak.

Kemudian dari hasil observasi di lapangan mengenai kecacatan barang peneliti menemukan adanya kecacatan barang dagangan seperti pada pedagang pakaian dalam, pedagang mengemasnya secara baik sehingga yang cacat atau rusak tidak terlihat oleh pembeli. Ketika barang yang tersebut dibawa pulang dan ditukar keesokan harinya pedagang tidak

⁶⁴Hasil Pengamatan Lansung (*observasi*), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

menerima barang tersebut untuk ditukar. Karena saat penukaran barang pembeli tidak mempunyai bukti tertulis atau nota yang membuktikan bahwa pembeli memang berbelanja dikios tersebut dan pedagang juga sering memasang raut wajah yang kurang bersahabat jika ada pembeli yang menukar barang yang dibeli, oleh karena itu pembeli merasa dirugikan karena penjual juga tidak mau menanggung rugi. Hal tersebut terjadi pada pedagang pakaian dalam seperti ibu Diah.⁶⁵

Dari hasil observasi tersebut dapat dianalisis bahwa pedagang di Pasar Baru belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis yang baik yakni dalam kejujuran : mengatakan dan berbuat yang benar menjunjung tinggi kebenaran.⁶⁶ Sebaiknya pedagang harus mengutamakan etika yang baik dalam melayani pembeli, seperti bertutur kata yang baik dan sopan, dan menjual barang dagangannya yang layak dan sesuai. Apabila rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi, jual beli dianggap tidak sah. Salah satu bentuk jual beli yang dianggap melanggar ketentuan syariah yakni “Jual beli dengan penipuan” seharusnya pedagang memberikan barang dagangannya yang sesuai tidak ada kecacatan barang sehingga pedagang tidak merasa dirugikan.

2) Hasil Wawancara Pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Selatan.

a) Etika dengan pelaku bisnis lainnya

Salah seorang penjual ikan di dalam Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan. Penjual yang peneliti temui bernama bapak Buyung yang sudah hampir berjualan selama hampir 30 tahun. Beliau berjualan dari pasar lama hingga pindah ke pasar baru sekarang. Lokasi tempat berjualan bapak Buyung berada di pojok utara pasar baru. Bapak Buyung memutuskan berjualan ikan karena beliau mempunyai tambak ikan dirumahnya yang cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, bahkan jika persediaan ikan habis bapak Buyung sering menampung ikan dari orang lain, sehingga beliau bisa terus berjualan di pasar Baru. Keuntungan rata-rata bapak Buyung terima naik turun, tergantung dari kondisi pasar yang sedang ramai ataupun sepi serta kondisi pembeli yang ada di pasar Baru. Untuk persaingan dengan pedagang lainnya, beliau menuturkan bahwa di pasar Baru ini semua pedagang berteman baik dan melakukan kompetisi secara sehat dan tidak menjatuhkan ataupun menjelek-

⁶⁵Hasil Pengamatan Lansung (*observasi*), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁶⁶Pandji Anoraa, *Op.cit*, h. 133

jelekkan dagangan satu sama lain dan juga bapak Buyung sendiri mempunyai pelanggan setia yang selalu membeli dagangannya.⁶⁷

Hasil wawancara dengan ibu Enar seorang pedagang sayuran, yang memiliki kios juga dirumahnya. Ibu Enar berjualan sayur sejak tahun 1988, sebelum berjualan di pasar Baru dulunya beliau di lapak depan rumahnya dipasar lama, dan sekarang ibu Enar memiliki warung sayur besar dirumahnya dari hasil jualan sayur yang semakin lama semakin laris. Setiap pulang dari pasar ibu Enar membuka warung dirumahnya dan dibantu oleh anaknya. Ibu Enar sudah mempunyai langganan sendiri, seperti tetangga-tetangganya yang tidak sempat kepasar. Mengenai hubungan dengan pedagang lainnya ibu Enar tidak menganggapnya sebagai saingan karena menuntut beliau rezeki sudah ada yang ngatur, “sama-sama berjuang untuk mencari nafkah dan mencukupi kebutuhan sehari-hari, jadi kami sangat berhungan baik untuk menjaga tali sillaturahmi” ujar ibu Enar.⁶⁸

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara para pedagang di Pasar Baru, para pedagang tidak menganggap pedagang lain sebagai saingan melainkan untuk menjaga tali sillaturahmi antar pedagang lain, sesuai dengan prinsip kehendak bebas dimana kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis.⁶⁹ Jadi, inti dari kehendak bebas disini adalah kebebasan bagi para pembisnis untuk melakukan hal yang disukai, namun kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan bersama, sehingga tidak ada pihak yang merasa terugikan.

b) Etika melayani pembeli

Kehidupan di kawasan pasar Baru Sragi Kabupaten Lampung Selatan sangat menjanjikan bagi para pedagang yang mempunyai usaha di kawasan tersebut. Ibu Yenti pedagang pakaian, yang berjualan di pasar Baru selama 20 tahun. “Memang disini banyak dek yang membuka usaha seperti saya, namun jelas setiap pedagang disini tidak sama dalam melayani dan memberikan harga-harga kepada pembeli, disini saya berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada para pembeli yaitu dengan menawarkan barang-barang saya jual kepada para pembeli yang lewat didepan kios saya. Boleh hanya mampir untuk melihat-lihat saja dulu siapa tau ada yang menarik untuk dibeli,

⁶⁷Buyung, Pedang Ikan, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁶⁸Enar, Pedang Sayuran, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁶⁹Abdul Aziz, *Op.Cit*, h. 46

syukur-syukur kalau mau membeli dagangan saya. Jadi menurut saya usaha boleh sama namun tidak dengan cara pelayanannya”ujar ibu Yenti.⁷⁰

Wawancara dengan bapak Toat seorang pedagang tempe, beliau sudah mempunyai tempat sendiri di Pasar Baru, tetapi walaupun sudah mempunyai tempat sendiri bapak Toat juga masih sering berjualan keliling diwaktu sore hari. Beliau sudah berjualan di Pasar Baru selama 10 tahun. Bapak Toat adalah orang yang ramah dan merakyat dengan siapapun, sehingga dalam melayani pembeli Bapak Toat terkenal sangat ramah dan sopan dengan semua orang baik pelanggan baru ataupun pelanggan lama. Barang atau tempe yang dijual bapak Toat dikenal dengan masyarakat sangat lezat dan murah, oleh sebab itu barang dagangannya selalu laris terjual oleh para pembeli.⁷¹

Dapat disimpulkan bahwa dalam berdagang kita harus mengutamakan pelayanan dalam menawarkan barang dagangan sehingga para pembeli nyaman dalam berbelanja, sesuai dengan teori deontologi beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya, etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik, suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri.⁷² Jadi para pedagang di Pasar Baru mengutamakan pelayanan dalam menawarkan barang dagangannya sehingga para pembeli nyaman dalam berbelanja di Pasar Baru.

c) Etika menentukan harga

Dari hasil wawancara dengan ibu Rina biasa dipanggil Mba Rina, seorang pedagang kerudung. Mba Rina berdagang kerudung baru 5 tahun, dan usia mba Rina sendiri memasuki usia 30 tahun. Cara mba Rina menentukan harga bagi para pembelinya yaitu beliau memberikan harga pas kepada para pembeli sehingga para pembeli tidak bisa tawar-menawar lagi, terkecuali membeli lebih dari tiga barang.⁷³

Hasil wawancara dengan Bapak Hendar, seorang pedagang sepatu dan sandal. Bapak Hendar sudah berjualan selama 20 tahun,

⁷⁰Yenti, Pedang Pakaian, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁷¹Toat, Pedang Tempe, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁷²Erni R. Ernawati, *Op.Cit*, h.12

⁷³Rina, Pedang Kerudung, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

yang dibantu oleh istri dan anak tertuanya. Bapak Hendar membuka usahanya ini untuk membantu ekonomi keluarga untuk memenuhi kebutuhan dan sekolah anak-anaknya. Untuk proses transaksi penjualannya sendiri bapak Hendar menawarkan kepada pembeli bahwa bisa dengan cara diangsur selama 1-3 bulan dan untuk tanda jadinya jika sepatu dibawah Rp. 100.000 bisa Dp nya Rp. 30.000, sedangkan untuk sepatu atau sendal diatas Rp.100.000 Dp nya Rp.50.000 disesuaikan dengan harga sepatu dan pastinya untuk *cash* (tunai) itu berbeda, Bapak Hendar melakukan sistem kredit agar meringankan pembeli yang tidak bisa langsung membayar *cash* (tunai). Dalam menentukan harga beliau menentukan harga melebihi yang sebenarnya sehingga pembeli diperbolehkan jika ada yang menawar harga barang baik, itu pelanggan baru maupun pelanggan setia.⁷⁴

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara para pedagang dalam menentukan harga ada yang menentukan harga pas, dan ada juga yang menentukan harga barang yang melebihi harga sebenarnya sehingga para pedagang diperbolehkan untuk menawar harga, baik itu pelanggan baru maupun pelanggan setia. Untuk proses transaksi yakni ada yang menggunakan sistem *cash* (tunai) dan ada juga sistem kredit untuk meringankan pembeli yang tidak bisa langsung membayar secara *cash* (tunai). Sesuai dengan prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional dan dapat dipertanggungjawabkan.⁷⁵ Jadi para pedagang di Pasar Baru tidak membedakan harga pelanggan baru maupun pelanggan lama. Secara keseluruhan para pedagang sudah menerapkan dengan baik dalam menentukan harga barang dagangnya.

3) Hasil Wawancara Dengan Beberapa Pembeli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Ibu Rukanah salah satu pelanggan setia di Pasar Baru karena jarak antara rumah dan pasar cukup terjangkau. Ibu Rukanah merasa puas karena dari segi barang-barang yang ditawarkan hampir semuanya ada, yang pasti dan terpenting adalah bahan-bahan kue, karena beliau seorang pedagang kue pesanan. Untuk pelayanan itu sendiri ibu Rukanah merasa puas karena para pedagang di Pasar Baru ramah-ramah dan mereka juga kebanyakan masyarakat Sragi, jadi sudah mengenal satu sama lain. Untuk penerapan

⁷⁴Hendar , Pedang Sepatu dan Sendal, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁷⁵Muslich, *Op.Cit*, h.30

etika bisnis ada beberapa pedagang yang sudah menerapkan dan ada juga diantara mereka yang belum menerapkan etika bisnis, hanya saja sejauh ini sepengetahuan beliau banyak pedagang yang telah menerapkan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan.⁷⁶

Ibu Siti seorang ibu rumah tangga, beliau adalah salah satu pembeli di Pasar Baru, beliau bertempat tinggal di Desa Baktirasa. Beliau memilih berbelanja di pasar Baru karena menurutnya barang yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, harga yang diberikan juga standar, dan selama ini pelayanan yang berikan memuaskan. “yang pasti jika tidak ada yang tidak jujur dan masih melakukan kecurangan, pastinya rezekinya yang didapat tidak akan berkah, meskipun pedagang mayoritas beragama Islam tetapi masih banyak pedagang yang meninggalkan aturan-aturan yang telah diterapkan dalam jual beli, mungkin yang belum menerapkan itu dia belum mengerti dek tentang etika bisnis dalam jual beli” ujar ibu Siti.⁷⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa pendagang di Pasar Baru sebagian besar sudah menerapkan etika bisnis dalam melakukan transaksi penjualan, baik dari harga, pelayanan, maupun kualitas barang yang dijual. Karena dalam fungsi etika bisnis Islam yakni etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.⁷⁸ Sesuai dasar hukum etika bisnis dalam Islam, Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh melakukannya dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela dan keridhoan, baik ketika untung maupun rugi, ketika membeli atau menjual, diharapkan suatu usaha dalam perdagangan akan maju dan berkembang pesat dan mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun diakhirat.

2. Kajian Ekonomi Islam Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan

Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam keharaman karena ketidaktahuan. Oleh sebab itu, seorang pedagang harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang sekaligus menempatkan diri sebagai pefagang yang melakukan praktek kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh dengan etika Islam karena dengan begitu orang

⁷⁶ Rukanah , Pembeli, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁷⁷ Siti , Pembeli, (wawancara), Pada Tanggal 23 Agustus sampai 27 Agustus 2020

⁷⁸ Johan Arifin, *Op.Cit*, h.76

yang shaleh dalam melakukan semua amal perbuatan sebagai kahlifah dimuka bumi ini.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kajian Ekonomi Islam dalam Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan ini penulis akan menganalisis berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya :

a. Prinsip Keadilan

Prinsipkeadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara adil dan sesuai dengancriteriayang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

- 1) **Dalam berdagang tidak pernah menawarkan barang dagangannya dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli**

Tabel 7
Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	19	63.33%	2	8%
Sering	10	33.33%	4	16%
Kadang-kadang	8	26.67%	12	44%
Tidak Pernah	1	3.33%	7	28%
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 19 atau 63,33% pedagang menjawab **selalu**, 10 atau 33,33% pedagang menjawab **sering**, lalu 8 atau 26,67% menjawab **kadang-kadang**, dan 1 atau 3,33% menjawab **tidak pernah**. Sedangkan hasil jawaban pembeili, 2 atau 8% pembeli menjawab **selalu**, 4 atau 16% pembeli menjawab **sering**, lalu 11 atau 44% menjawab **kadang-kadang**, dan 7 atau 28% pembeli menjawab **tidak pernah**.

- 2) Pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan konsumen tetap tetapi konsumen barupun diperhatikan.

Tabel 8
Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	18	60%	4	16%
Sering	10	33.33%	6	24%
Kadang-kadang	2	6.67%	8	32%
Tidak Pernah	0	0	7	28%
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Dari data diatas dapat diketahui 18 atau 60% pedagang menjawab **selalu**, 10 atau 33,33% pedagang menjawab **sering**, dan 2 atau 6,67% menjawab **kadang-kadang**. Sedangkan jawaban pembeli di Pasar baru, 4 atau 16% menjawab **sering**, 6 atau 24% menjawab **sering**, lalu 8 atau 32% menjawab **kadang-kadang**, dan 7 atau 28% menjawab **tidak pernah**.

Tabel dari hasil kuisioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 9
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip Keadilan

Alternatif Jawaban	Pedagang			Pembeli		
	Pernyataan		Jumlah / Persentase	Pernyataan		Jumlah / Persentase
	1	2		1	2	
Selalu	19	18	37 / 61.67%	2	4	6 / 12%
Sering	10	10	20 / 33.33%	4	6	10 / 20%
Kadang-kadang	8	2	10 / 16.67%	12	8	20 / 40%
Tidak pernah	1	0	1 / 1.67%	7	7	14 / 28%
N	30	30	60 / 100%	25	25	50 / 100%

Sumber : Data Primer di olah tanggal 15 Oktober 2020

Pada prinsip keadilan alternatif jawaban **selalu** merupakan jawaban yang paling banyak diberikan kepada pedagang yaitu 37 atau 61,67%. Sedangkan alternatif jawaban yang peneliti bagikan kepada pembeli, jawaban **kadang-kadang** merupakan alternatif jawaban yang paling banyak yaitu 20 atau 40%, dan jawaban **tidak pernah** merupakan jawaban terbanyak kedua yaitu sebesar 14 atau 28%. Hal ini menggambarkan bahwa penerapan bisnis Islam dalam transaksi penjualan jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam jika dilihat dari segi jawaban pembeli masih kurang baik artinya, pedagang dalam melakukan transaksi tidaklah adil sedangkan prinsip keadilan menuntut setiap manusia diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ
 ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S Al-Maidah: 8)

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa kita dalam segala aktivitas terutama di dunia bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu bersikap adil dan Allah maha mengetahui apa yang kita perbuat.

Dari kedua pernyataan diatas berdasarkan prinsip keadilan yang sudah diterapkan dengan baik adalah pada saat barang langka pedagang tidak hanya mengutamakan pelanggan lama saja tetapi pembeli barupun diperhatikan, hal ini terbukti dari jawaban yang diberikan pembeli 8 atau 32% orang pembeli menjawab **kadang-kadang**, dan 7 atau 28% pembeli menjawab **tidak pernah**. Sedangkan tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli masih saja diterapkan oleh para pedagang, hal ini terlihat dari banyaknya jawaban **kadang-kadang** yang diberikan pembeli sebesar 12 orang atau 44%.

b. Prinsip Kehendakan Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis.

- 1) Dalam berdagang tidak pernah memaksa pembeli untuk menerapkan membeli barang dagangan yang dijual

Tabel 10
Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	9	30%	0	0
Sering	8	26.67%	1	4%
Kadang-kadang	7	23.33%	19	76%
Tidak Pernah	6	20%	7	28%
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 9 atau 30% menjawab **selalu**, 8 atau 26,67% menjawab **selalu**, 7 atau 23,33% menjawab **kadang-kadang** dan 6 atau 20% menjawab **tidak pernah**. Sedangkan jawaban yang penuli peroleh dari pembeli 1 atau 4% menjawab **sering**, 19 atau 76% menjawab **kadang-kadang** dan 7 atau 28% menjawab **tidak pernah**.

Dari pernyataan diatas dapat diketahui tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi, hal ini terlihat dari jumlah jawaban pembeli yaitu 19 atau 76% pembeli menjawab **kadang-kadang** dan 1 atau 4% menjawab **tidak pernah**.

Dari pernyataan diatas menunjukan bahwa penerapan etika bisnis Islam apabila ditinjau dri prinsip kehendak bebas dapat dikatakan cukup, meskipun belum sepenuhnya diterapkan. Manusia dianugerahi kehendak bebas (free will) untuk membimbing kehidupannya sebagai kahlifah. Berdasarkan aksioma kehendakan bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk ativitas bisnis tertentu, dan berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilhan, ada konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan

diraih. Konsekuensi baik dan buruk sebagai bentuk risiko dan manfaat yang bakal diterimanya yang dalam Islam berdampak pada pahala dan dosa.

c. Prinsip Tanggungjawab

Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.

- 1) Dalam berdagang jika ada keluhan dari pembeli, setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik

Tabel 11
Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	20	66.67%	8	32%
Sering	9	30%	15	60%
Kadang-kadang	1	3.33%	2	8%
Tidak Pernah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 20 atau 66,67% pedagang menjawab **selalu**, dan 9 atau 30% pedagang menjawab **sering**, sedangkan dilihat dari jawaban pembeli 15 atau 60% menjawab **sering**, 8 atau 32% menjawab **selalu**, dan 2 atau 8% menjawab **kadang-kadang**.

- 2) Dalam berdagang selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan

Tabel 12
Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	24	80%	13	52%
Sering	5	16.67%	7	28%
Kadang-kadang	1	3.33%	5	20%
Tidak Pernah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 24 atau 80% pedagang menjawab **selalu**, 5 atau 16,67% menjawab **sering**, dan 1 atau 3.33% menjawab **kadang-kadang**. Sedangkan dari jawaban pembeli 13 atau 52% menjawab **selalu**, 7 atau 28% menjawab **sering**, dan 5 atau 20% menjawab **kadang-kadang**.

Tabel dari hasil kuisioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 13
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan
Prinsip Tanggungjawab

Alternatif Jawaban	Pedagang			Pembeli		
	Pernyataan		Jumlah / Persentase	Pernyataan		Jumlah / Persentase
	1	2		1	2	
Selalu	20	24	44 / 73.33%	8	13	21 / 42%
Sering	9	5	14 / 46.67%	15	7	22 / 44%
Kadang-kadang	1	1	2 / 3.33%	2	5	7 / 14%
Tidak pernah	0	0	0	0	0	0
N	30	30	60 / 100%	25	25	50 / 100%

Sumber : Data Primer di olah tanggal 15 Oktober 2020

Pada prinsip tanggung jawab alternatif jawaban **selalu** merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh pedagang yaitu sebesar 44 atau 73,33%. Sedangkan alternatif jawaban penulis dari para pembeli terbanyak pada alternatif jawaban **selalu** yaitu sebesar 22 atau 44%.

Hal ini menunjukan bahwa penerapan prinsip tanggungjawab pada transaksi penjualan di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan sudah cukup baik. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati prilakunya dan akan mempertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah dihari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada masyarakat atau para konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam surat Al-Muddassir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.” (Q.S Al- Muddassir: 38).

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia diminta pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasam dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

Dari kedua pernyataan diatas dapat diketahui bahwa jika ada keluhan dari pembeli setiap keluhan selalu ditanggapi dengan baik sudah dijalankan dengan baik oleh para pedagang, hal ini dilihat dari alternatif jawaban yang diberikan kepada pembeli hanya sebesar 2 atau 8% pembeli menjawab **kadang-kadang**. Sedangkan selalu memenuhi pesanan pembeli sesuai kesepakatan belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang hal ini terlihat dari alternatif jawaban yang diberikan pembeli 5 atau 20% menjawab **kadang-kadang**.

d. Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

- 1) **Barang dagangan yang dijual kepada pembeli sesuai dengan kondisinya tanpa melebihi-lebihkan ataupun mengurangi**

Tabel 14

Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	18	60%	1	4%
Sering	8	26.67%	2	8%
Kadang-kadang	4	13.33%	15	60%
Tidak Pernah	0	0	7	28%
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 18 atau 60% menjawab **selalu**, 8 atau 26,67% menjawab **sering**, dan 4 atau 13,33% menjawab **kadang-kadang**. Sedangkan menurut pada pedagang 1 atau

4% menjawab **selalu**, 2 atau 8% menjawab **sering**, lalu 15 atau 60% menjawab **kadang-kadang**, dan 7 atau 28% menjawab **tidak pernah**.

- 2) Berdagang tidak pernah mengurangi (timbangan, ukuran, kualitas, dan jumlah) barang yang telah dibeli konsumen

Tabel 15

Jawaban Pedagang dan Pembeli

Alternatif Jawaban	Pedagang		Pembeli	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Selalu	6	20%	0	0
Sering	9	30%	4	16%
Kadang-kadang	14	46.67%	12	48%
Tidak Pernah	1	3.33%	9	36%
Jumlah	30	100%	25	100%

Data :Data Primer Pada tanggal 15 Oktober 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 6 atau 20% pedagang menjawab **selalu**, 9 atau 30% menjawab **sering**, lalu 14 atau 46,67% menjawab **kadang-kadang**, dan 1 atau 3,33% menjawab **tidak pernah**. Sedangkan jawaban dari para pembeli 4 atau 16% menjawab **sering**, 12 atau 48% menjawab **kadang-kadang** dan 9 atau 36% menjawab **tidak pernah**.

Tabel dari hasil kuisioner keseluruhan yang ada dari pernyataan-pernyataan diatas sebagai berikut :

Tabel 16

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prinsip kebenaran

Alternatif Jawaban	Pedagang			Pembeli		
	Pernyataan		Jumlah / Persentase	Pernyataan		Jumlah / Persentase
	1	2		1	2	
Selalu	18	6	24 / 40%	1	0	1 / 2%
Sering	8	9	17 / 28.33%	2	4	6 / 12%
Kadang-kadang	4	14	18 / 30%	15	12	27 / 54%
Tidak pernah	0	1	1 / 1.67%	7	9	16 / 32%
N	30	30	60 / 100%	25	25	50 / 100%

Sumber : Data Primer di olah tanggal 15 Oktober 2020

Pada prinsip kebenaran alternatif jawaban **selalu** merupakan jawaban yang paling banyak diberikan oleh pedagang yaitu sebesar 24 atau 40% . sedangkan alternatif jawaban yang penulis dapat dari pembeli terbanyak pada alternatif jawaban tidak **kadang-kadang** yaitu 27 atau 54%.

Hal ini menunjukan bahwa penerapan prinsip kebenaran pada transaksi jual beli di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan jika ditinjau dari hasil kuesioner pedagang cukup bagus namu jika dilihat dari hasil kuesioner yang penulis dapat dari pembeli masih kurang baik artinya, pedagang dalam melakukan transaksi jual beli masih belum bisa menerapkan prinsip kebenaran dalam berjualan atau berdagang. Seharusnya dalam berbisnis pedagang dianjurkan untuk selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya seerta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Jika produk tersebut baik pedagang harus mengatakanbaik, jika produk tersebut buruk pedagang harus mengatakan buruk.Mengenai aspek takaran dan ukuran dikatakan bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada.Etika bisnis Islam yang mana pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar dan meminta dilebihkan ketika meminta takaran. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (1) (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi (3)."(Q.S Al- Muthaffifin: 1-3)

Berangkat dari sikap kebenaran dan kejujuran maka akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang bertransaksi, sehingga muncullah kondisi saling menguntungkan di antara penjual dan pembeli. Dari kedua pernyataan diatas dapat diketahui bahwa tidak pernah mengurangi timbangan sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang, hal ini terlihat dari alternatif jawaban yang diberikan pembeli sebesar 12 atau 48% menjawab **kadang-kadang** dan 9 atau atau 36% menjawab **tidak pernah**. Sedangkan tidak melebihi-lebihkan ataupun mengurangi kondisi barang dagangan yang dijual kepada pembeli masih belum diterapkan dengan baik oleh pedagang di Pasar Baru Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, hal ini terlihat dari

hasil jawaban yang diberikan pembeli 15 atau 60% menjawab **kadang-kadang**, dan 7 atau 28% menjawab **tidak pernah**.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti yakni mengenai penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional dipasar baru kecamatan lampung selatan, maka jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian adalah :

1. Penerapan etika bisnis di Pasar Baru berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh dari pedagang dan pembeli, yakni penerapan etika bisnis di Pasar Barusecara garis besar para pedagang sudah menerapkan atau menjalankan etika bisnis, walaupun ada sebagian pedagang yang belum menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli seperti cara menawarkan barang dagangannya bahkan kualitas barang dagangannya tersebut, masih banyak pedagang yang mencari keuntungan saja tanpa mempertimbangkan etika bisnis yang baik dalam dunia bisnisnya.
2. Kajian ekonomi Islam dalam Penerapan Etika Bisnis Islam di di Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan ini peneliti menganalisis berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam berdasarkan hasil observasi dan kuesioner, yakni penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan di Pasar Baru. Hal tersebut dikarenakan masyarakat masih belum memahami etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli menurut perspektif ekonomi Islam pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh dari pedagang dan pembeli, yakni penerapan etika bisnis di Pasar Baru secara garis besar para pedagang sudah menerapkan atau menjalankan etika bisnis, namun ada sebagian pedagang yang belum menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli tidak jarang juga para pedagang memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya yang dijual, selain itu pedagang di Pasar baru belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli dari segi hal menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan bahkan kualitas barang tersebut, masih banyak pedagang yang mencari keuntungan saja tanpa mempertimbangkan etika bisnis yang baik dalam dunia bisnisnya.
2. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di Pasar Baru yakni penerapan etika bisnis Islam menganalisis berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Baru belum sepenuhnya diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik dikarenakan takut para konsumen tidak berbelanja lagi dan tentunya kecewa dengan kualitas barang yang di jual oleh para pedagang di Pasar Baru sehingga para pembeli tidak ingin membeli barang yang dijual oleh pedagang tersebut. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan di Pasar Baru, hal ini terlihat dari jawaban para pembeli dan berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat, masih banyak para pedagang yang menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada para pembeli dikarenakan kebutuhan yang harus dipenuhi dan bahkan bertambah. Tetapi seharusnya kita harus bersyukur dengan apa yang Allah berikan kepada kita, karna itu bisa merugikan pihak lain seperti para pembeli yang juga sama keadaanya banyak kebutuhan yang harus dipenuhi.

B. Saran

Berasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan yakni berdasarkan hasil penelitian pedagang di Pasar Baru diharapkan para pedagang selalu bersikap adil kepada semua pembeli, tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual, dan pedagang perlu meningkatkan sifat kejujuran

dengan baik dalam hal takaran dan timbangan serta kualitas barang yang dijual dengan sejujur-jujurnya dan mengatakan kekurangan maupun kelebihan barang dagangan agar bisnis yang dijalankan selama ini bertahan sehingga para pembeli dapat menaruh kepercayaan yang tinggi bagi pedagang tersebut, sebaiknya juga para pedagang mengintropeksi diri bahwa yang mereka lakukan tidak sekedar hanya untuk dunia saja akan tetapi juga untuk diakhirat. Dalam hal berdagang prinsip ekonomi harus dijalankan dengan semesti agar tidak saling merugikan.

Selain itu kesadaran dan peran masyarakat dalam hal ini adalah para pembeli juga dituntut untuk mengerti dan memahami sistem etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika bisnis dalam transaksi jual beli, sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan, kerugian serta ketidakadilan yang dirasakan baik pedagang maupun pembeli.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Al-Kautsar. Yogyakarta : 2003.
- Amalia Fitri “*Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil*” Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN jkt, 2014.
- Anoraa Pandji, Pengantar Bisnis, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press, 2013
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- A Partanto, Pius. dan M. Dahlan Al Barry. *Kamus Ilmiah Populer Arloka*. Surabaya, 2010.
- Badroen Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta Prenada Media Group : 2006.
- Beekun ,Rafik Issa.*Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004
- Ernawan ,Erni R. *Busines Ethics*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung. Diponegoro : 2011.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups : Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali, 2013.
- Ismail Yusanto Muhammad dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema insani, 2002.
- Lubis Suhrawardi K., *Etika Profesi Hukum*, Jakarta: Sinar rafika, 2009.
- Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung:LP2M IAIN Raden IntanLampung. 2015
- Kontjaraningrat. Metode Penelitian Masyarakat, Jakarta : PT. Gramedia, 2010.
- Muhammad Dawwabah, Asyraf. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rosulullah*. Semarang : Pustaka nuun, 2008
- Muslich.*Etika Bisni Islami*.Yogyakarta : Ekonosia, 2011.
- Orgianus, Yan *Moralitas Islam dalam Ekonomi dan Bisnis*.Bandung : Penerbit Marja, 2012.
- Peraturan Daerah Sukapura Tentang Pengelolaan Pasar Nomor 02 Tahun 2020
- Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997.
- Rivai, Veithzal dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance*, Jakarta Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Ryan, T. Sample Size Determination and Power. John Wiley and Sons, 2013.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : Alfabeta, 2017.
- Suhendi, Hendi. Fiqh Muamalah, Jakarta : PT. Raja Gravindo Persada, 2008.

Wiyono, Slamet. *Cara Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPSII*. Jakarta : Grasindo, 2012.

Zikmund, Babin, Carr, and Griffin. *Business Research Methods*. Thomson South Western. 2009.

Jurnal

Arianty, Nel. Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol 13 No.01 April 2013 ISSN 1693-7619.

Aliyah, Istijabatul, *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan*, Jurnal Cakra Wisata Vol 18 Jilid 2 Tahun 2017.

Eis Al Masito, Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional, UIN Kalijaga, Vol. X. No.2. Maret 2013.

Hermawan, Hendri Adinugraha, *Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam*, Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi Vol.21 No. 1 Maret 2013.

Juliyani, Erly. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Umum Qura* Vol 7 no. 01 Maret 2016.

Khoiruddin, *PASAR ISLAM*, Jurnal ASAS, Vol. 2, No. 2, Juli 2010.

Mijil Sampurno Wahyu “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga”, *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016). Vol. 2, issue 1: 13-18

Mujiatun, Siti. Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam dan Istina, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2 September 2013.

Sukron, Ahmad, *Membongkar Konsep Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an: Perspektif Epistemologis*, Jurnal Religia Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman, Terbitan 2 jilid 2, Tahun 2009.

Tiakoly1 Kataruddin, Abdul Wahab2, Syaharuddin. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama” *Jurnal Iqtisaduna* Vol 5 No1 Juni 2019

Skripsi

Minakusnia, Siti. “Prilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015.